

ABSTRACT

The inserting power of a message into the minds of recipients can be done through various stages of processing and filters contained in each individual recipient. It is a distinctive strength when designers can learn the process so that designing a work of visual design can be conveyed with both in the minds of society as targets and generate action / feedback is expected. Article analysis the process of how a message in a media was able to convey the reader or viewers. The research was done by doing library research. It can be concluded that feeling, thinking, and auctioning are process that influence people in understanding a message in a media.

Keywords: *message, media, message delivery, communication creativity, communication model*

ABSTRAK

Masuknya kekuatan sebuah pesan ke dalam benak penerima pesan dilakukan melalui berbagai tahapan proses dan filter yang terdapat dalam masing-masing individu penerima pesan. Merupakan suatu kekuatan tersendiri bila kita sebagai desainer dapat mempelajari proses tersebut sehingga perancangan sebuah karya desain visual dapat tersampaikan dengan baik dalam benak target masyarakat yang kita tuju dan menghasilkan aksi/umpan balik yang diharapkan. Artikel menganalisis proses penyampaian pesan melalui media kepada penerima pesan. Penelitian dilakukan dengan studi pustaka. Disimpulkan bahwa merasa, berpikir, dan berbuat adalah proses yang dilalui oleh penerima pesan agar dapat mengetahui pesan yang ditunjukkan suatu media.

Kata kunci: *penyampaian pesan, kreativitas komunikasi, model komunikasi*